

Наличие стартап центров на территории Республики Беларусь делает ее более привлекательной для иностранных инвестиций.

Цель работы. Исследование экономической и социальной обоснованности внедрения проекта по запуску финансового мобильного приложения, выявление основных тенденций развития стартапов.

Объект исследования. Процесс создания и внедрения стартапа.

Использованные методики. Сравнительный, аналитический, метод комплексного экономического анализа.

Научная новизна. На основе проведенного в работе исследования сформирована идея и описано обоснование проекта, разработан план внедрения мобильного финансового приложения.

Полученные результаты и выводы. Выявлена тенденция высокой заинтересованности, спроса на финансовые приложения (в частности, учет доходов и расходов). Обоснована целесообразность внедрения мобильного финансового приложения.

Практическое применение полученных результатов. Полученные результаты представляют теоретический и практический интерес для специалистов в сфере ведения бизнеса, инновационных разработок. Исследование может быть использовано как в учебном процессе, так и в практической деятельности. Реализация проекта делает возможным появление не только дополнительных рабочих мест, но и налоговых поступлений в бюджет, а также имеет социальный эффект – продвижение и популяризация финансовой грамотности среди населения разных возрастных групп.

НЕОБХОДИМОСТЬ СОЗДАНИЯ ОПТОВОГО ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА НА КРУПНЫХ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Е. С. Звягинцева (студентка IV курса)

Проблематика. Данная работа направлена на исследование функционалов сайтов крупных производственных предприятий с целью определения необходимости создания оптового интернет-магазина для увеличения количества клиентов и повышения рентабельности продаж.

Цель работы. Выявить причины внедрения оптового интернет-магазина на предприятие, обосновать преимущества от его внедрения, провести анализ затрат на создание оптового интернет-магазина.

Объект исследования. Эффективность использования информационно-коммуникационных технологий в крупных предприятиях.

Использованные методики. Научно-методическое обоснование экономических задач, реализуемых с использованием информационных и коммуникационных технологий, методы систематизации и обобщения при изучении области применения ИКТ на крупных предприятиях.

Научная новизна. Предложен поэтапный план выбора платформы и хостинга для создания, внедрения интернет-магазина. Проведен сравнительный анализ платформ и хостингов. Проведен полный анализ затрат на создание интернет-магазина и определена себестоимость информационного продукта.

Полученные результаты и выводы. Можно сделать вывод о том, что далеко не все крупные предприятия имеют в интернет-пространстве каналы сбыта произведенной продукции. Компании используют старые каналы для сбыта продукции путем проведения переговоров, но создание оптового интернет-магазина значительно упростило бы данную задачу.

Практическое применение полученных результатов. Разработанный проект является шаблоном сайта оптовой интернет-торговли, который можно использовать в качестве основы для любого предприятия.

ПРОЕКТ ПРОГРАММЫ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

П. С. Карпук (студентка IV курса)

Проблематика. Данная работа направлена на исследование социальных сетей и их возможностей для дальнейшей разработки программы продвижения бренда.

Цель работы. Комплексное рассмотрение и исследование социальных сетей для выбора наиболее эффективных инструментов продвижения бренда.

Объект исследования. Социальные сети предприятия.

Использованные методики. Сравнительная характеристика социальных сетей предприятия, классификация видов социальных сетей, измерение количества аудитории социальных сетей, моделирование программы продвижения бренда в социальных сетях, анализ этапов разработки чат-бота, тестирование разработанной программы.

Научная новизна. Разработан специализированный чат-бот, функционал которого способствует продвижению бренда в социальных сетях.

Полученные результаты и выводы. На основании разработанной программы продвижения бренда в социальных сетях были сделаны выводы по возможности достижения следующих результатов:

- улучшение обслуживания клиентов;
- снижение операционных расходов предприятия;
- повышение узнаваемости бренда предприятия;
- формирование клиентской базы;
- увеличение продаж за счет привлечения новой аудитории и выхода на международные рынки.

Практическое применение полученных результатов. Использование программы позволит сформировать у пользователей узнаваемость и положительное отношение к бренду, тем самым увеличивая их заинтересованность в новых продуктах.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ БЕЗНАЛИЧНЫХ РАСЧЕТОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Я. А. Коляда, Я. А. Ничипорчик (студенты II курса)

Проблематика. Данная работа направлена на исследование проблем внедрения безналичных расчётов в общую систему расчётов в Республике Беларусь. В работе указаны преимущества безналичных расчетов и перспективы их развития.